

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE
TERHADAP MINAT BELI DI INTAKO
TANGGULANGIN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**



Oleh :

ENDIK WAHYUONO

0712010196 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2013

SKRIPSI
PENGARUH STORE ATSMOSPHERE
TERHADAP MINAT BELI DI INTAKO
TANGGULANGIN

Disusun Oleh :

ENDIK WAHYUONO

0712010196 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 31 Oktober 2013

Pembimbing Utama


Dra. Ec. Nuruni Ika K., MM
NIP. 19631009 199103 2001

Tim Penguji :
Ketua


Dr. Muhadjir Anwar, SE, MM
NIP. 19600330 198603 1001

Sekretaris


Dra. Ec. Nuruni Ika K., MM
NIP. 19631009 199103 2001

Anggota


Drs. Ec. Pandji S., MM
NIP. 19641023 199003 1002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM
NIP. 19630924 198903 1001

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul :
“PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI DI
INTAKO TANGGULANGIN”

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spiritual maupun materiil, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika K. MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Para Dosen dan asistennya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “Jawa Timur.
6. Kepada kedua orang tuaku beserta adikku yang telah memberikan dukungan baik moril ataupun material.
7. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan

Surabaya, Oktober 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
ABSTRAKSI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Store Atmosphere.	8
2.2.2. Minat Beli.....	15
2.2.3. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat beli	18
2.3. Kerangka Konseptual	20
2.4. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21

3.1.1. Pengukuran Variabel	22
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	25
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	29
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	29
4.2. Hasil Penelitian Dan Pembahasan	32
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	32
4.2.2. Deskriptif Hasil Penelitian.....	33
4.2.3. Inner Model.....	38
4.3. Hasil Pengujian Hipotesis	39
4.4. Pembahasan	40
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1. Kesimpulan	42
5.2. Saran	42

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2. Identitas Responden Menurut Umur	33
Tabel 4.3. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Store Atmosphere	33
Tabel 4.4. Hasil Jawaban Responden untuk Pertanyaan Variabel Minat Beli ...	34
Tabel 4.5. Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	35
Tabel 4.6. Average variance extracted (AVE)	36
Tabel 4.7. Composite Reliability	37
Tabel 4.8. Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values)	38
Tabel 4.9. R-Square	39
Tabel 4.10. Results For Inner Weights	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3. Kerangka Konseptual.....	20
--------------------------------------	----

PENGARUH STORE ATSMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI DI INTAKO TANGGULANGIN

Endik Wahyuono

ABSTRAK

Tumbuhnya sentra industri tas dan koper di Tanggulangin juga dipengaruhi oleh keberadaan Show Room penjualan produk tas, koper dan aksesoris yang dihasilkan para pengrajin. Untuk itulah diperlukan strategi pemasaran yang efektif yang berorientasi utama kepada konsumen. Salah satu strategi pemasaran pada toko/gerai ritel adalah pendesainan store atmosphere atau atmosfir toko. Demikian juga dengan Intako Tanggulangin yang mengalami penurunan jumlah pengunjung. Salah satu indikasi penurunan pelanggan dan pendapatan adalah kurang ketertarikan konsumen untuk mengunjungi showroom di INTAKO Tanggulangin Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh store atmosphere terhadap minat beli.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Intaco Tanggulangin, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu sampel yang dipilih berdasarkan atas ciri-ciri atau karakteristik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan atau maksud tertentu. adalah sebesar 100 responden. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS.

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan PLS dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan hal-hal untuk menjawab permasalahan sebagai berikut : Store atmosphere berpengaruh terhadap minat beli

Keywords : Store Atmosphere dan Minat beli

PENGARUH STORE ATSMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI DI INTAKO TANGGULANGIN

Endik Wahyuono

ABSTRAK

Tumbuhnya sentra industri tas dan koper di Tanggulangin juga dipengaruhi oleh keberadaan Show Room penjualan produk tas, koper dan aksesoris yang dihasilkan para pengrajin. Untuk itulah diperlukan strategi pemasaran yang efektif yang berorientasi utama kepada konsumen. Salah satu strategi pemasaran pada toko/gerai ritel adalah pendesainan store atmosphere atau atmosfir toko. Demikian juga dengan Intako Tanggulangin yang mengalami penurunan jumlah pengunjung. Salah satu indikasi penurunan pelanggan dan pendapatan adalah kurang ketertarikan konsumen untuk mengunjungi showroom di INTAKO Tanggulangin Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh store atmosphere terhadap minat beli.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Intaco Tanggulangin, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu sampel yang dipilih berdasarkan atas ciri-ciri atau karakteristik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan atau maksud tertentu. adalah sebesar 100 responden. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS.

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan PLS dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan hal-hal untuk menjawab permasalahan sebagai berikut : Store atmosphere berpengaruh terhadap minat beli

Keywords : Store Atmosphere dan Minat beli

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tuntutan untuk dapat memahami perilaku konsumen merupakan konsekwensi logis implementasi konsep pemasaran. Pengetahuan dan informasi yang luas tentang konsumen merupakan sarana yang sangat berguna bagi manajemen untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif karena dengan demikian manajemen akan semakin jeli melihat pasar – pasar baru dan segera memanfaatkannya.

Kemunculan teknologi di Indonesia telah membuka peluang di berbagai bidang industri. Produk yang ditawarkan bisnis pun sebenarnya tidak jauh berbeda secara fisik. Namun, untuk dapat bersaing dan bertahan di pasaran, produsen harus kreatif dalam mengkomunikasikan produknya dengan menanamkan suatu persepsi tertentu kepada konsumen, seolah-olah produk yang ditawarkan memang berbeda dari produk lain yang sejenis. Untuk itu dibutuhkan peran komunikasi pemasaran yang tidak hanya berfungsi untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan khalayak tetapi juga membedakan suatu produk dengan produk lain yang sejenis.

Dalam menghadapi persaingan bisnis, banyak upaya yang dimunculkan produsen untuk menghadapi pesaing dan mendorong minat beli konsumen terhadap produk tertentu. Salah satunya dengan meningkatkan kreatifitas iklan secara maksimal dimana memunculkan iklan secara berbeda dan unik dari iklan-iklan yang sudah ada di pasaran. Hal ini disebabkan karena iklan merupakan bentuk komunikasi pemasaran sebagai bentuk dari kegiatan promosi agar terjadi tindakan atau perubahan sikap dalam mendorong minat beli sesuai keinginan pengiklan. (Machfoedz, 2005:130).

Store atmosphere merupakan salah satu bagian yang cukup penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen, karena dalam proses minat beli konsumen tidak hanya menimbulkan minat beli konsumen terhadap barang yang ditawarkan tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan store atmosphere adalah suasana emosional yang diciptakan melalui ciri-ciri fisik dari toko dimana semuanya berhubungan dengan panca indera konsumen. (Kurniawati, 2009 : 5)

Sejarah industri tas dan koper di Tanggulangin di mulai pada tahun 1960-an ditandai dengan pola pemesanan yang dilakukan buyer/pembeli koper di Surabaya pada pengrajin di Tanggulangin. Dan industri koper terus berkembang seiring dengan makin meningkatnya nilai pemesanan dari buyer. Untuk industri kerajinan tas di Tanggulangin ditandai dengan pemesanan yang dilakukan oleh Penerbangan Garuda untuk kebutuhan

Jama'ah Haji. Munculnya sebuah ide dari masyarakat pengerajin atas ramainya kunjungan konsumen ke INTAKO, yaitu dengan mendirikan toko-toko/showroom hasil produksi mereka sendiri. Hingga tahun 2000 telah muncul sekitar 250 toko sepanjang 2,5 km jalan sampai menuju Showroomnya INTAKO. Tumbuhnya sentra industri tas dan koper di Tanggulangin juga dipengaruhi oleh keberadaan Show Room penjualan produk tas, koper dan aksesoris yang dihasilkan para pengrajin.

Industri tas dan koper Tanggulangin Sidoarjo sesungguhnya merupakan salah satu ikon wisata Sidoarjo. Produk yang dihasilkan antara lain tas, koper, dompet, ikat pinggang dan sepatu. Produk ini telah memiliki brand dan mutu yang cukup bagus yang sudah diakui oleh konsumen. Tetapi setelah terpuruk karena hempasan badai krisis moneter, dilanjut dengan serbuan barang-barang produk Cina yang harganya sangat kompetitif, namun kualitasnya buruk. Belum sembuh, muncul bencana semburan Sidoarjo, yang juga ikut andil dalam keterpurukan tersebut. Praktis, hampir 2 tahun lamanya sentra industri tas dan koper Tanggulangin sepi pengunjung, sebagian besar memang wisatawan dari luar daerah yang sedang transit.

Untuk itulah diperlukan strategi pemasaran yang efektif yang berorientasi utama kepada konsumen. Salah satu strategi pemasaran pada toko/gerai ritel adalah pendesainan store atmosphere atau atmosfir toko. Perancangan tersebut dilakukan diantaranya untuk dapat menarik konsumen, memicu pembelian oleh konsumen, menciptakan suasana

tertentu yang kemudian dapat mempengaruhi emosi konsumen, dan untuk dapat mempengaruhi bagaimana konsumen berperilaku. Peter dan Olson (2000) menyatakan bahwa tiga keputusan utama dalam mendesain lingkungan fisik suatu usaha adalah lokasi, tata letak, serta rangsangan atau atmosphere yang ditimbulkannya.

Tabel 1. Data Pendapatan Intako Tanggulangin

Bulan (Tahun)	Jumlah Pelanggan	Pendapatan
Januari 2010 – Juni 2010	438 orang	Rp. 183,745,200
Juli 2010 – Desember 2010	459 orang	Rp. 131,936,400
Januari 2011 – Juni 2011	412 orang	Rp. 156,101,000
Juli 2011 – Desember 2011	381 orang	Rp. 124,376,000
Januari 2012 – Juni 2012	335 orang	Rp. 117,587,000
Juli 2012 – Desember 2012	304 orang	Rp. 96,966,000

Sumber : Intako Tanggulangin, 2013

Dari data tersebut diatas, maka dilihat dari pendapatan yang setiap tahunnya mengalami penurunan yang berturut – turut. Penurunan tersebut tidak menguntungkan bagi kelangsungan hidup industri tas, karena hal ini akan berdampak pada penurunan pendapatan. Salah satu indikasi penurunan pelanggan dan pendapatan adalah kurang ketertarikan konsumen untuk mengunjungi showroom di INTAKO Tanggulangain. Hal ini dapat dilihat dari suasana monoton di dalam toko dan kurang keterawatan toko membuat konsumen kurang tertarik berbelanja di Intaco.

Hal ini yang membuat perlunya atmosphere yang menyenangkan bagi kosumen pada saat berada di dalam toko, karena konsumen yang merasa nyaman diharapkan akan melakukan pembelian. Untuk dapat menciptakan atmosphere yang menyenangkan, maka perlu perencanaan store atmosphere yang baik yang didesain secara unik dan menarik secara fisik seperti pemilihan warna dominan ruangan, penataan display, pencahayaan, aroma dan sebagainya.

Store atmosphere mempunyai hubungan yang erat terhadap minat beli konsumen. Apabila suasana tokonya menyenangkan serta melalui sentuhan atmosphere yang menarik dibangun dengan menggunakan isyarat yang dapat menarik perasaan konsumen melalui penglihatan, pendengaran, penciuman sentuhan maka konsumen akan merasa betah dan nyaman untuk berbelanja karena terpuaskan dan lambat laun akan menjadi konsumen setianya. (Karmela, 2009 : 99)

Bagi konsumen yang mempunyai niat membeli setidaknya dengan adanya suasana toko yang menarik dan menyenangkan dapat mencegah konsumen untuk membatalkan pembeliannya dan membantu mereka untuk menuntaskan transaksinya. Sebaliknya suasana toko yang tidak teratur dan penataan produk yang kurang menarik, lantainya kotor dan pelayanan para karyawan yang kurang memuaskan akan menimbulkan minat konsumen untuk membeli suatu barang berkurang atau segan untuk berbelanja di toko yang bersangkutan. (Karmela, 2009 : 99).

Pada umumnya konsumen bersedia untuk membeli apabila produk sesuai dengan harapan mereka, ketika akan mengkonsumsinya. Sesuai

dengan pendapat Parasuraman (1991), konsumen mau mengorbankan uang yang dimilikinya untuk membeli produk tertentu bila produk tersebut mampu memenuhi harapannya. Berdasarkan uraian di atas dalam penelitian ini peneliti mengambil judul “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat beli”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Apakah store atmosphere berpengaruh terhadap minat beli ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini:

Untuk menganalisis pengaruh store atmosphere terhadap minat beli.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan akan diperoleh manfaat :

1. Bagi ilmu pengetahuan

Menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis pengaruh iklan dan store atmosphere yang bermuara pada pembelian.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan informasi tambahan untuk penyempurnaan dalam perbaikan atau peningkatan minat beli, serta peningkatan inovasi di setiap produknya agar dapat diminati oleh masyarakat.

PENGARUH STORE ATSMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI DI INTAKO TANGGULANGIN

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Jurusan Manajemen



Oleh :

ENDIK WAHYUONO
0712010196 / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2013

USULAN PENELITIAN

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE
TERHADAP MINAT BELI DI INTAKO
TANGGULANGIN**

Yang diajukan

ENDIK WAHYUONO
0712010196 / EM

Telah disetujui diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika K. MM

Tanggal.....

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907 1991031001

SKRIPSI

PENGARUH STORE ATSMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI DI INTAKO TANGGULANGIN

Yang diajukan

ENDIK WAHYUONO
0712010196 / EM

disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika K. MM

Tanggal.....

Mengetahui
Wakil Dekan I

Drs. Rahman A. Suwaidi, MS
NIP. 19600330 198603 1001

